论全媒体时代传统媒体与新媒体的深度融合

摘　要：近年来，我国传媒行业发生了天翻地覆的变化。新闻信息传播方式的转变，新媒体环境的诞生，媒体数量的增加等都对传统媒体造成了强烈的冲击。随着当前80后以及90后成为媒体的的主要受众，更是对传统媒体提出更为多样化的要求。在全媒体时代，传统媒体与新媒体的深度融合将成为我国媒体行业未来发展的主要趋势。本文将结合全媒体时代的特征，分析传统媒体与新媒体深度融合的可能性、影响以及路径，着力推进我国传媒行业发展质量，发挥其在社会中的良好作用。

关键词：全媒体时代；传统媒体；新媒体；深度融合
中图分类号：G206　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2019）08-044-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.08.012

文 / 李瑞森

引言

抖音APP的出现让人们重新认识并定义了“短视频”，作为新媒体主要标志的短视频形式在当今新闻传播、信息宣传及广告营销等方面都发挥着重要的作用，一时风头无限，在一定程度上给传统媒体的发展带来了前所未有的竞争压力。但是，传统媒体与新媒体的关系不应该是对立的，更不是谁要消灭谁，而应该是相互融合的，共同推进我国传媒行业的发展与进步。

1. 全媒体时代下传统媒体和新媒体的对比分析

全媒体时代并不是一个学术界准确的定义，是传媒界应用层面的一个界定。在全媒体时代下，报纸、杂志、电视、网络、广播、卫星等多种传播工具都被涵盖在内，能够给人们带来视觉听觉以及触觉等多种感官体验，能够从不同受众需求出发，满足人们对传媒行业的需求。在全媒体时代，传统媒体和新媒体并存，也使得人们经常将二者进行对比，但是二者不是对立的，只是在发展过程中存在着细微的差异。

1.1 传统媒体以及新媒体界定和种类分析

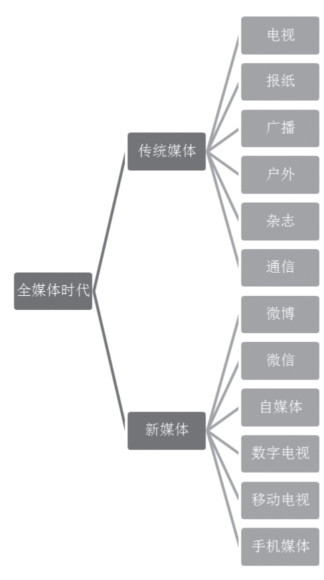


图1　全媒体时代下传统媒体与新媒体种类分析图

传统媒体是作为国家以及社会新闻的主要传播者，在社会上担任主要的且正向的舆论引导者的媒体。新媒体则是在社会信息传播中表现出快捷性以及娱乐性的特点。具体种类界定如图1。

1.2 传统媒体与新媒体对比分析

传统媒体与新媒体在传播内容、传播渠道以及传播效果方面都存在着差异，认识差异并认可差异是提升二者融合程度的第一步，详见下表1。

表1　传统媒体与新媒体对比分析表

媒体类别	传播内容	传播渠道	传播效果
传统媒体	官方发言及新闻等主流内容	渠道单一但是环节繁复	较为局限
新媒体	社会内容及信息	渠道多样且快捷	时效性强，效果良好

通过上表的分析我们可以看到，在新闻传播内容方面，传统媒体通常是传播或者发布一些官方的发言，例如外交部针对中美贸易战的发言等，还有一些社会新闻以及国际新闻等主流内容的传播，例如汶川地震的报道等。而新媒体的传播内容则更为社会化和娱乐化，内容的传播主体也变得更为多样性，社会个体能够作为新媒体信息的传播主体，这也导致了新媒体传播内容中会出现不实报道以及造谣等，对社会生活造成负面影响。在传播渠道方面，传统媒体都有自己单一的传播渠道，例如报纸的发售等，但是其传播环节却较为繁复，涉及到新闻的采编、审核等步骤。新媒体相对而言，传播渠道则更为多样，可以通过微信微博等渠道进行传播，且能够极大程度地利用网络的便捷性和传播功能，具有快捷传播并且能够引起社会讨论的作用。传播效果方面，传统媒体受众参与度以及话题讨论度都远不及新媒体。

2. 全媒体时代传统媒体与新媒体深度融合的优势及意义分析

在全媒体时代，无论是报纸、电视等传统媒体还是微信、微博、自媒体等新媒体，其在社会中都发挥着重要的信息传播作用。随着近年来传统媒体公司的转型发

展，例如《齐鲁晚报》的转型等，传统媒体与新媒体之间的界限逐渐消除，二者融合的趋势愈来愈明显。

2.1 客户资源整合增加广告收益

传统媒体与新媒体的深度融合能够有效促进二者资源的整合，能够合力提升我国传媒行业的发展质量。传统媒体与新媒体有着不同的受众群体，其分别面向中老年群体和年轻人，通过深度整合，能够极大程度地促进客户群体的整合，能够让媒体公司充分利用二者的客户群体进行广告宣传等，扩大广告商的宣传效果，在一定程度上也能够增加传媒公司的经济收益。

2.2 提升传播内容的真实性和可靠性

借助传统媒体对新闻采编内容的高要求，通过传统媒体与新媒体的深度融合提升对传播内容的审核和采编，有助于提升传播内容的真实性和可靠性，进而在社会上形成良性的导向。例如，对于深圳四胞胎的报道，通过传统媒体与新媒体的融合，能够实现追踪报道以及深度报道，为新闻受众还原事实真相，减少反转新闻的发生，维护媒体的社会公信力以及权威。

2.3 拓宽新闻信息的传播渠道

全媒体时代下的传统媒体与新媒体之间的融合，在一定程度上能够有效拓宽新闻信息的传播渠道。通过传统媒体和新媒体渠道的整合，可以实现新闻信息在多个平台上的共同传播，例如，当前齐鲁晚报实现传统媒体和新媒体的整合之后，利用微信公众号以及“齐鲁壹点”APP 结合齐鲁晚报原有报纸平台，能够极大地拓宽新闻信息的传播渠道。这样一来，不仅能够有效规避传统媒体在新闻传播方面时效性不足的问题，而且能够更快更有效地向人们传递新闻信息，提升传媒公司的公信力和影响力。

3. 传统媒体与新媒体深度融合难点分析

传统媒体与新媒体的深度融合并不是一蹴而就的，并且二者在全媒体时代长期处于一种不恰当的竞争关系中，在早期社会舆论环境中也是将二者放在一个对立的关系当中，这无疑更是加剧了二者之间的敌对性。这也就导致传统媒体与新媒体深度融合过程中存在着诸多难点，具体如下。

3.1 管理机制构建以及融合难度大

在传统媒体管理过程中，其通常是一个较大的报业集团或者新闻采编中心，分为不同的部门负责，分别负责新闻线索的收集、采访、编辑、审校、排版等，最终出现的新闻报道也一定是具有极大的社会报道价值且较为严肃的。但是，新媒体上更多的是社会公众分享的事情，就像微博所说的“分享你身边的新鲜事”，很多信息的真实性以及文学性都存在着明显的不足，其管理机制相对松散和随意。二者在融合过程中难以找到管理机制的契合点，因为二者面对的社会环境以及受众群体存在较大差异，一旦改变失误或者不合理都会影响媒体的发展。因此说，全媒体时代的传统媒体和新媒体面临着管理机制融合的难点。

3.2 融合人才匮乏，影响融合深度及质量

传统媒体的工作人员通常具有扎实的新闻采编功底，但在新媒体操作过程中存在着能力不足的问题，其不了解在新媒体平台上什么样的采编风格更能够吸引人们的眼球，对于新媒体公众号的编辑操作以及其他新媒体的操作技能也相对比较生疏。例如，在新媒体平台上，人们更喜欢以图片形式表达各类政府工作报告信息，更为直观明了且能够有效节约时间，但是，传统媒体新闻采编人员则是将用于报纸发表的文章直接复制粘贴到公众号上。这样的操作显然不能提升传统媒体与新媒体的融合。另一方面，新媒体在网络信息筛选以及新闻采编方面存在着严重的不足，其工作人员通常是信息操作人员，这样显然是不够的。传统媒体和新媒体体系中都缺乏融合人才，这进一步增加了二者的融合深度和质量。

3.3 融合思想观念有待改进

在很多人看来，传统媒体与新媒体的整合只是简单的“1+1=2”，只是将传统媒体与新媒体进行整合，实现二者传播渠道和传播内容的共享，从而实现更好的传播效果。人们没有将传统媒体与新媒体的融合视作新的媒体运作方式和管理方式的诞生，这种错误的融合思想观念影响着二者融合深度的增进，仅仅停留在表层，严重影响了全媒体时代各种媒体作用的整合和发挥。

4. 传统媒体与新媒体深度融合路径分析

在全媒体时代下，传统媒体与新媒体的深度融合是不可逆转的时代趋势，也是传媒行业发展的必然要求。在这一过程中，需要传媒行业中的政府机构、公司主体以及媒体从业者的共同参与，具体路径有以下几点：

4.1 创新管理机制，增强凝聚力和科学性

传统媒体和新媒体的整合，需要创新管理机制，以增强其凝聚力和科学性。在传统媒体下的新媒体整合，需要传统媒体公司在部门建设过程中设立专门的新媒体部，纳入公司的部门运作以及运营管理过程中，部门员工需要服从公司的管理规定。这样一来，也能够实现全媒体时代的规范运营和管理。除此之外，当地政府和传媒行业协会也应该积极作为，制定符合当地新媒体与传统媒体整合的规范，用以指导以及引导全媒体时代传统媒体与新媒体的整合发展。《齐鲁晚报》是当前传统媒体和新媒体融合效果较好的传统媒体公司。《齐鲁晚报》在融合新媒体过程中，针对“齐鲁壹点”的研发以及微信公众号的运营，分别设立了专门的部门。但是，从新闻呼叫中心以及其他渠道获取的新闻信息都是共享的。在得到新闻信息之后，报纸、新闻客户端、公众号的新闻采编人员几乎同时展开工作，根据自己所负责的平台特点以及目标受众群体特点进行信息的编辑和报道。在这样的融合模式下，《齐鲁晚报》的工作能够有条不紊地运作开来，稳固了自己作为山东最大且最有影响力的主流报纸媒体的地位。

4.2 加强校企合作，引进并培养高素质融媒体人才

培养融媒体人才已经成为全媒体时代的迫切要求，要想打破传统媒体与新媒体深度融合的难题，就需要加强校企合作，从高校培养融媒体人才。通过与高校的合作，

企业可以给高校学生提供寒暑假实习的机会，帮助其通过轮岗的方式尽快熟悉不同媒体平台的特点，形成融媒体平台思维。经过三到四年的培养，不仅能够培养出具有较强融媒体能力的人才，还能够增强高校学生对企业的归属感，实现融媒体人才的长效培养机制，为传统媒体和新媒体的深度融合提供强劲支持。

4.3 改进融合思维，促成“1+1 ＞ 2”的发生

全媒体时代，传媒行业需要改进融合思维，摒弃之前的传统媒体和新媒体的融合只是二者各方面资源的简单相加的思维观念，促成“1+1 ＞ 2”的发生。这就需要传媒行业协会牵头，通过知识讲解以及集中培训等方式，帮助传媒从业人员认识到二者融合所能够带来的巨大效益以及变化，同时，帮助他们认识到二者融合后产生的融媒体在信息传播以及舆论引导等方面的变化和优势，进而鼓励传媒行业从业人员不断提升自身融媒体操作能力，不断地推进传统媒体和新媒体在全媒体时代的发展和深度融合。

4.4 提升记者新闻采编能力和信息审核能力

全媒体时代，一部手机、一根网线就可以让普通人成为新闻信息的传播者，这在一定程度上打破了传统媒体在信息传播领域的垄断地位。但是，这种社会现实也造成了大量社会谣言的出现以及大量翻转新闻的产生，严重影响了媒体的社会公信力，在一定程度上也影响了新闻记者的职业形象。为此，记者需要不断提升新闻采编能力和信息审核能力，在保证新闻时效性的同时，从多个层面、多个角度，更加专业地收集新闻信息，更加专业地进行新闻采编，尽最大可能地还原事件真相，做社会舆论的正向引导者，达成习近平总书记对新闻记者“脚力、脑力、笔力、眼力”的要求，做人民的记者。

4.5 整合传播渠道，利用好新媒体传播渠道

全媒体时代，人们的新闻参与意愿日益强烈。因此，在传统媒体与新媒体整合过程中，更应该注重传播渠道的整合，利用好新媒体传播渠道，给予普通群众更多的发声渠道和机会。这样一来，能够大大提升新闻的交互性，帮助记者在人们的讨论中逐渐摸清事件脉络，为之后的新闻采访调查提供相应的帮助。新媒体传播渠道也是当前年轻人喜爱的传播渠道，利用这一传播渠道能够促进新闻信息在年轻人当中的传播，发挥良好的社会教化作用。

4.6 重视短视频的利用，开展“碎片化”整合战略

在传统媒体和新媒体融合过程中，要重视短视频的利用，顺应人们“碎片化”的阅读习惯。这就要求新闻采编人员要拥有较强的新闻编辑能力，能够将一个新闻事件在 1 分钟以内的视频中表述清楚，引起人们的关注。开展“碎片化”整合战略，要求传统媒体与新媒体形成良好的合力，针对网络传播特点以及人们的阅读习惯，不断地提升短视频编辑质量，不断增加人们对媒体信息的关注，进而形成良好的融媒体发展效果。例如，在全国人大新闻报道中，《人民日报》便引入了短视频播报的方式，极大地引起了年轻人对国家大事的关注度和参与度，产生了良好的社会舆论引导效果。

结语

全媒体时代，传统媒体和新媒体的界限将进一步消除，逐步走向深度融合。目前，国内主流媒体如《人民日报》《齐鲁晚报》以及中国双语新闻等都加强了自身融媒体发展模式建设，利用微博微信甚至抖音等新媒体平台逐步提升自己在年轻人群体中的关注度，顺应了时代以及年轻人对新闻信息的需求和要求。传统媒体和新媒体在传播内容、渠道以及效果方面存在着较大的差异，各有优势和劣势，这也是全媒体时代二者需要趋向于深度融合的关键。但是二者的融合不是一蹴而就的，而是一个长期性且较为“痛苦”的过程。在这一过程中，存在着管理机制、人才以及融合观念的难题，需要传媒行业、政府以及从业人员的共同努力才能够克服。因此，全媒体时代，传统媒体与新媒体的深度融合路径需要创新融媒体管理机制，注重高校融媒体人才的培养，利用好短视频这类新媒体创作方式，注重新闻采编人员的素质和能力提升，最终实现“传统媒体 + 新媒体＞ 2”的深度融合效果。全媒体时代，传统媒体与新媒体的深度融合不是简单的相加，而是传媒行业未来的发展趋势和整体升华。媒

参考文献

[1] 张延平 . 媒体深度融合需要“顶层设计”[J]. 中国报业，2019（9）：30-32.
[2] 顾佳赟 . 新媒体环境下传统媒体深度融合的问题与策略探析 [J]. 新媒体研究，2019，5（6）：81-82.
[3] 刘萍 . 浅析融媒体时代新闻编辑的优化转型 [J]. 新闻研究导刊，2019，10（8）：140.
[4] 高松健 . 新媒体与传统广电媒体深度融合发展探究 [J]. 西部广播电视，2018（23）：34-35.
[5] 朱兴春 . 全媒体时代传统媒体与新媒体的融合策略分析 [J]. 西部广播电视，2018（17）：46，52.
[6] 赵蕾 . 基于全媒体时代下传统媒体与新媒体的比较、融合与发展 [J]. 电视指南，2017（16）：178.

（作者单位：新疆生产建设兵团第十师新闻中心）